

Haushaltgeräte

Electrolux Schweiz ist innovativ und konzernweit ein Vorbild

Electrolux Schweiz heisst die Gewinnerin des diesjährigen «Swiss Arbeitgeber Awards». Der zum gleichnamigen Konzern gehörende Haushaltsgerätehersteller beschäftigt in der Schweiz 960 Mitarbeitende und produziert in Schwanden (GL) innovative Geräte sowohl für den heimischen Markt als auch für den Export. CEO Peter Barandun erklärt, warum die Firma bei den Mitarbeitenden so beliebt ist – und warum sein Team konzernweit als Vorbild gilt. **Michael Zollinger**

«Bei uns stehen die Mitarbeitenden im Zentrum. Nur wer die besten Leute beschäftigt, kann die Kunden auch perfekt bedienen», lautet Peter Baranduns feste Überzeugung. Seit 15 Jahren wirkt der Bündner bei Electrolux, seit acht Jahren als CEO in der Schweiz. Unter ihm hat das Unternehmen als Teil der schwedischen Electrolux-Gruppe in den letzten Jahren kontinuierliches Wachstum erlebt.

Die hiesige Ländergesellschaft mit einem Produktionswerk im glarnerischen Schwanden gilt konzernweit als Vorbild und erzielt regelmässig beste Resultate. Der Freiraum, den das schwedische Mutterhaus gewähre, sei gerade deswegen so gross, meint Barandun. Gleichzeitig profitiere die Schweiz vom starken Konzern im Rücken, etwa bei der starken Corporate Identity, beim Einkauf oder bei der Forschung und Entwicklung. Barandun führt den Erfolg von Electrolux Schweiz zu einem grossen Teil auf die Führungsphilosophie zurück: «Wir wollen, dass die Mitarbeitenden denken und handeln, als sei Electrolux ihre eigene Firma.»

Transparenz ist entscheidend

Eines der Hauptthemen ist dabei die Transparenz. Die gemeinsam mit der erweiterten Geschäftsleitung erarbeitete Strategie werde auf möglichst einfache Art und Weise gegenüber der gesamten Belegschaft transparent gemacht. Das wird auch gelebt, wenn der Wind rauer weht. Als der Gesamtkonzern in jüngerer Zeit unter Druck geriet und ausserhalb der Schweiz sogar einen grösseren Stellenabbau vollziehen musste, bedeutete das für Barandun und sein

Führungsteam, noch näher zu den Leuten zu rücken. Seither geht er jährlich einmal in die Regionen und Abteilungen. Alle Mitarbeitenden nennen ihm dann Positives und selbst geortetes Verbesserungspotenzial, und sie formulieren konkrete «Wünsche an die Geschäftsleitung». Aus mehr als 200 Themen, die so zusammenkommen, wird selektioniert und es werden Massnahmen erarbeitet und umgesetzt.

«Die Mitarbeitenden stehen für den Firmenchef Peter Barandun im Zentrum.»

Abgesehen vom «Professional-Bereich», der nicht in Baranduns Verantwortung liegt, verkauft Electrolux nicht direkt an die Endkonsumenten, sondern pflegt ein selektives Vertriebssystem für die Marke Electrolux. Die Marken AEG und Zanussi werden ebenfalls über den Zwischenhandel sowie über Grossflächenanbieter angeboten. Ende letzten Jahres wurde die neue Strategie kommuniziert und für das Jahr 2014 als Ziel 500 000 verkaufte Geräte definiert. Das sei ein starkes Signal gewesen und habe der Belegschaft gezeigt, dass es trotz schwierigem Marktumfeld weiter vorwärts gehe.

«Swiss made» mit Zukunft

Im vergangenen Jahr verkaufte Electrolux Schweiz 422 778 Geräte. Das Werk in Schwanden produziert einen Gross-

teil der hierzulande abgesetzten Einbaugeräte, und rund ein Viertel der Produktion geht in den Export. Dieser Anteil werde künftig allerdings sinken, sagt Barandun, weil der Preiskampf in Europa massiv zunehme und deshalb bestimmte Geräte in Zukunft im Ausland hergestellt werden. «Swiss made» macht laut dem CEO aber weiterhin Sinn. 12 Prozent der Schweizer Endkonsumenten sind bereit, dafür mehr zu bezahlen. Gleiches gilt für 8 Prozent der Investoren, wie eine GfK-Befragung kürzlich ergab. Zentral sei, dass man die Bedürfnisse in der Schweiz erkenne und decke, aber auch Verantwortung gegenüber der hiesigen Volkswirtschaft übernehme, so Baranduns dezidierte Meinung. Dazu gehört nebst anderen Normen als in Resteuropa zum Beispiel auch der hohe Anteil an Mietern. «Im Ausland muss ein Kochherd zehn Jahre im Einsatz sein, bei uns erwartet man eine Lebensdauer von 20», weiss Barandun.

Zum Portfolio von Electrolux gehören Kühlschränke, Geschirrspüler, Waschmaschinen, Herde, Klimageräte, Kleingeräte und Staubsager. Nebst Electrolux sind weitere Marken wie AEG oder Zanussi Teil des Sortiments. Der Fokus im Bereich der Haushaltsgrossgeräte liegt bei Einbaugeräten sowie bei der Wäschepflege. Doch auch der Rest des Sortiments wird weiter gepflegt und optimiert, trotz immer mehr Anbietern aus Asien, die nach Europa drängen – etwa mit Waschmaschinen oder mit Kühl- und Gefriergeräten. Das Geschäft mit Geräten für den gewerblichen Einsatz, in dem Electrolux traditionell stark ist, bleibt laut Barandun interessant. «In fast ►

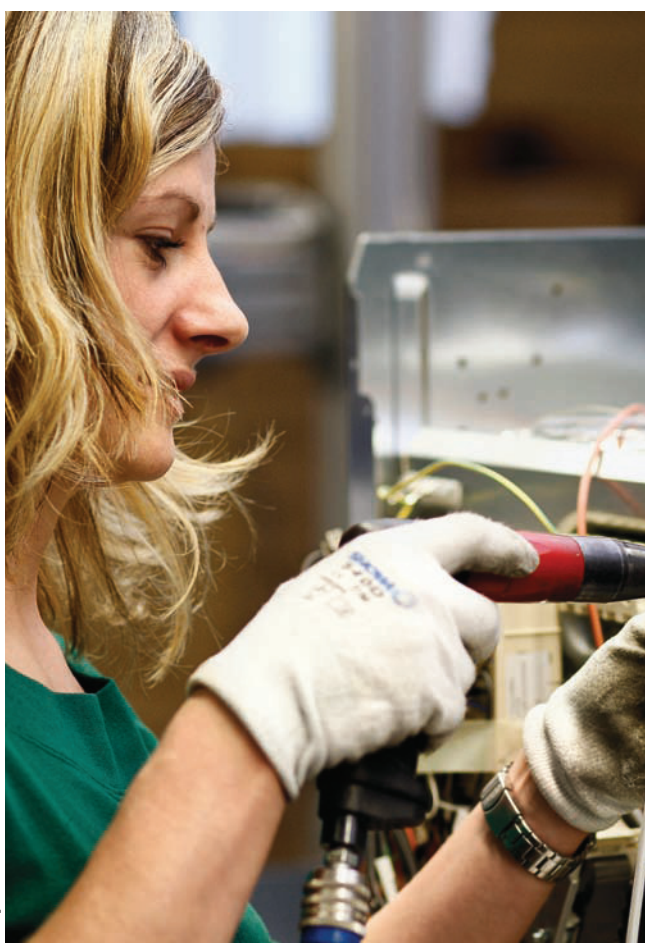


Bild: zvg

Gemeinsam sind sie erfolgreich: Peter Barandun, CEO von Electrolux Schweiz (oben rechts) und Mitarbeitende in der Haushaltsgeräteproduktion in Schwanden, die moderne und praktische Produkte wie den «Profi Steamer» (unten rechts) herstellen.

► jeder Hotelküche der Welt steht ein Produkt von Electrolux.» In Sursee hat man dafür eigens eine neue Fabrik gebaut, wo Kochherde aufgrund konkreter Wünsche von Berufsköchen gebaut werden.

Revolutionäre Küchengeräte und tieferer Energieverbrauch

Ständige Innovationen sind das A und O von Firmen wie Electrolux. Für den Bereich Backen und Kochen ist dafür in Europa die Entwicklungsabteilung im bayrischen Rothenburg verantwortlich. Doch auch aus Schwanden stammen erfolgreichende Produkteideen, die sich über die Schweiz hinaus durchsetzen. Nachdem Electrolux schon 1912 mit dem ersten Staubsauger für Privathaushalte und 1951 mit der ersten Waschmaschine



Hier arbeiten rund 280 Beschäftigte: Electrolux-Werk in Schwanden.

«Viele erfolgreiche Produkteideen von Electrolux stammen aus dem Werk in Schwanden.»

für Private für Furore sorgte, sind es heute vor allem revolutionäre Küchengeräte, wie der «Profi Steam» oder neuartige Kochmöglichkeiten wie der asiatische «Teppan Yaki» und der Wok, die das Image prägen.

In Sachen Senkung des Energieverbrauchs ist Electrolux ebenfalls führend und will dies auch bleiben. Ein gutes Beispiel dafür ist der neue Wärmepumpentrockner, der das A-Label bis zu 50 Prozent unterbietet «Nachhaltigkeit ist

aktuell eines der wichtigsten Themen überhaupt», betont Barandun. Nicht nur weil Ökologie heute ein Muss ist, sondern weil die Kaufentscheidung massgeblich davon abhängen. Auch dies zeigten detaillierte Kundenbefragungen. Electrolux hat es sich laut Barandun auf die Fahne geschrieben, Geräte mit bester Energieeffizienzklasse auch zu attraktiven Preisen anzubieten: «Umweltschutz darf nicht eine Frage des Preises sein.»

Das Thema Innovation beschränkt sich darüber hinaus nicht auf Produkte, sondern es geht immer auch um Prozessinnovationen. So hat man etwa im Kundendienst neue Wege beschritten. Electrolux garantiert heute die Reparatur einer Waschmaschine innert zweier Tage in der ganzen Schweiz, diejenige eines Gefriergeräts innerhalb von nur 24 Stunden.

Wichtige Teambildung und Ausbildung

Das alles trägt dazu bei, dass die Belegschaft stolz ist auf ihren Arbeitgeber und gerne bei Electrolux arbeitet. Entsprechend gute Noten verteilen die Mitarbeitenden bei der Befragung im Rahmen des «Swiss Arbeitgeber Awards», bei dem der Schweizerische Arbeitgeberverband als Partner auftritt. Nebst der Transparenz und einer aktiven Kommunikation führt der Chef das auf Themen wie Teambildung und Ausbildung zurück, auf die besonderes Augenmerk gelegt werde. In jüngerer Zeit wurden grosse und umfassende Ausbildungskonzepte durch gezieltere, individuelle Schulungen ersetzt. Bei der Teambildung arbeitet man abteilungsübergreifend und mit einem der besten Trainer zusammen. Besonders wichtig für Peter Barandun sind die Führungsschulungen, von denen schliesslich jeder einzelne Mitarbeitende profitiere.

Als passionierter Hobbykoch und dreifacher Familienvater kann auch er sich zu 100 Prozent mit den Electrolux-Produkten identifizieren. «Unsere tollen Produkte sind mir wichtig. Was mich aber jeden Morgen wirklich mit Freude zur Arbeit fahren lässt, sind die Menschen hier», sagt der 47-Jährige. 20 zusätzliche kamen in diesem Jahr dazu, im Verkauf und in der Fachberatung, zur weiteren Stärkung der Kundenbindung. Von Krise keine Spur bei Electrolux Schweiz. ■

Starke Präsenz in der Schweiz

In der Schweiz beschäftigt Electrolux 959 Mitarbeitende, 280 davon im Werk in Schwanden. Dort werden Geräte für den Schweizer Markt und fürs Ausland gefertigt – vorab im Bereich Kochen und Backen. In Mägenwil befindet sich das grosse Logistikzentrum. Nebst dem Hauptsitz in Zürich pflegt das Unternehmen landesweit neun Kundenzentren.

Fast 40 Kochberaterinnen bieten dort beliebte Kochseminare an, die jedes Jahr von 18 000 Endkonsumenten besucht werden. 2010 verkaufte Electrolux Schweiz 422 778 Haushaltsgeräte. Weltweit beschäftigt die schwedische Gruppe mit Hauptsitz in Stockholm 52 000 Mitarbeitende und erzielte im letzten Jahr einen Umsatz von 11,1 Milliarden Euro. ■